



# 聊聊遊戲產業

水狼



先從遊戲平台開始聊起

# 遊戲平台三本柱

## 家用主機



## 個人電腦



## 行動裝置



# 遊戲平台三本柱

家用主機 / 家機  
Console Games

Nintendo : DS系列, Wii系列, Switch  
Sony : PlayStation系列  
微軟 : Xbox

其他 :  
Web Games ( 網頁遊戲 )  
Arcade ( 街機 / 大型機台 )

電腦 ( PC )  
Computer Game

Steam, Epic Games, Origin, Ubisoft

智慧手機 / 行動裝置  
Mobile Games

ios, Android ( 含第三方平台 )





遊戲究竟如何送到玩家手上？



# 遊戲產業鏈-四大天王

遊戲研發商  
Developer

獨立遊戲開發者，白金工作室，SEGA  
Capcom，Square Enix，KOEI，Konami

遊戲通路商  
Distributor

Steam，EA，Epic games，任天堂，PS  
便利商店，遊戲實體店

Humble bundle，Chuckle fish  
Another Indie，Klei，椰島遊戲

遊戲發行商  
Publisher

遊戲營運商（代理商）  
Agent

遊戲橘子，艾肯，So-net  
龍成，Garena





**做遊戲如何賺到錢？**

# 遊戲營利模式

## 單機賣斷

優點：  
技術門檻較低  
( Server需求 )  
品牌效應較大

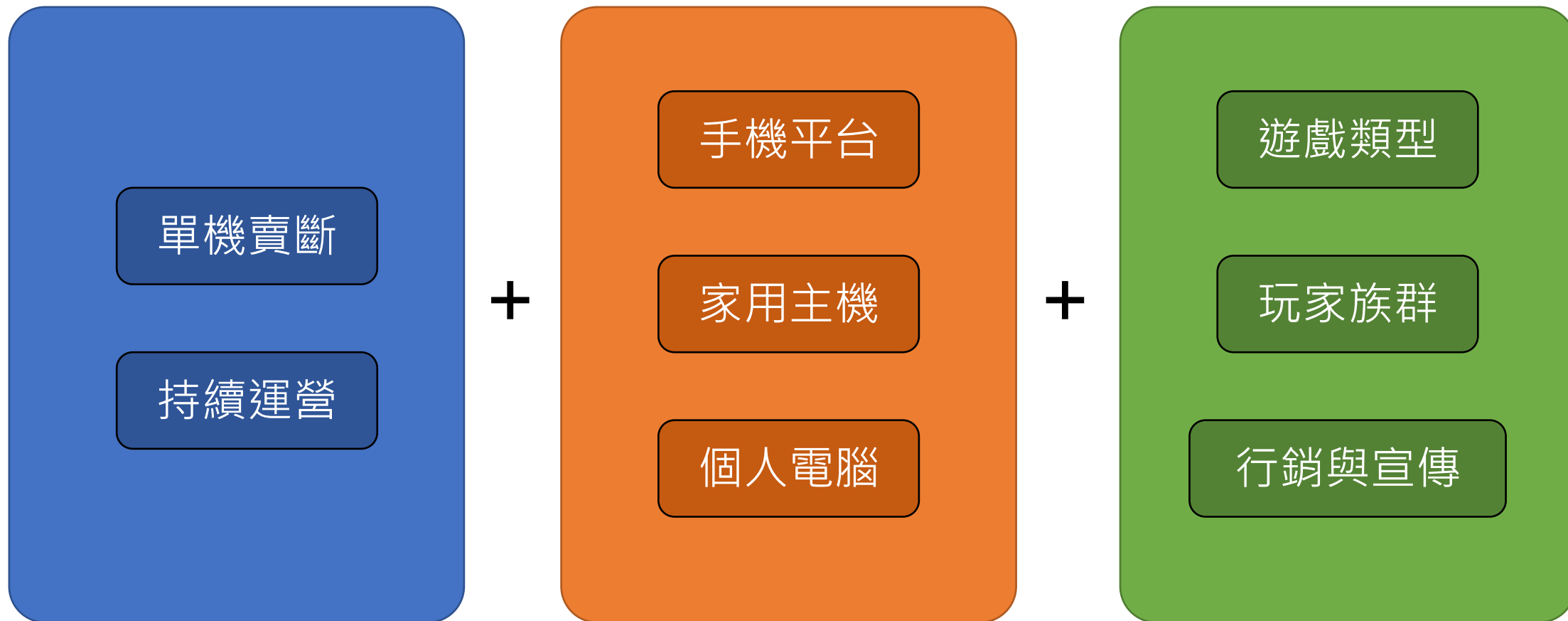
缺點：  
盜版問題  
一次性營收  
研發週期通常較長

## 持續運營

優點：  
營利天花板高  
持續時間長  
研發期短，回本時間短

缺點：  
技術門檻高  
運維需求量大 ( 營運需求 )  
競爭者多

# 營利模式 + 遊戲平台 + 受眾







# 遊戲業的入行與出路



## 獨立遊戲

規模小，成本小

需要的技能樹廣，什麼都要會

沒有人可以教你，要靠自學

研發方向都很彈性

話語權高

業餘？全職？

## 遊戲公司

規模成本較大

較易精進專一領域技能

有前輩可以請教

可以學習制度與流程

業界人脈

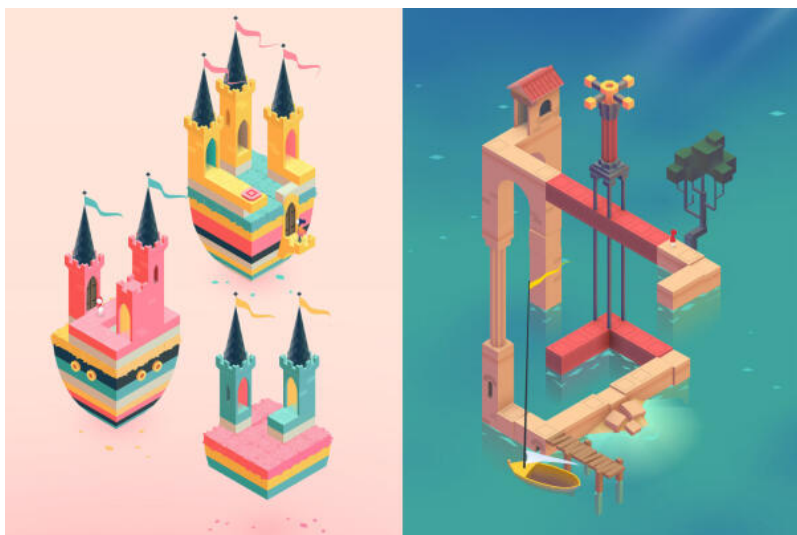
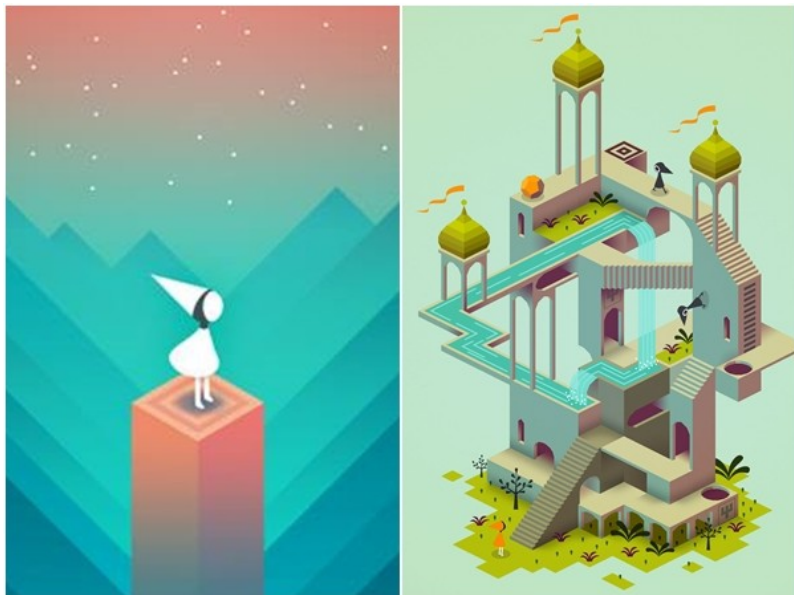
規模？職能？



**獨立遊戲 = 成本很低的遊戲？**

任何商業模型  
都需要獲利 > 成本

以紀念碑谷為例



USTWOGAMES PRESENTS

# MONUMENT VALLEY

IN NUMBERS

**2,440,076**  
OFFICIAL SALES

iOS	1,736,431
Google	296,085
Amazon (paid)	92,247
Amazon (free)	407,560

INSTALLED ON OVER  
**10,000,000**  
UNIQUE DEVICES\*

**575,608**  
UPGRADES TO FORGOTTEN SHORES

**\$5,858,625**  
REVENUE

HIGHEST ONE-DAY REVENUE  
**\$145,530**  
APRIL 3, 2014 (LAUNCH DAY)

\* INCLUDES MULTIPLE DEVICES FROM 1 SALE, FAMILY SHARE, UNAUTHORIZED DOWNLOADS, VIA FLURRY

1.7億台幣營收

# DEVELOPMENT COSTS

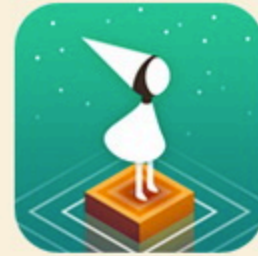


ORIGINAL

55 weeks\*

\$852,000

約2500萬台幣



FORGOTTEN SHORES

29 weeks\*

\$549,000

約1600萬台幣

**8** CORE TEAM MEMBERS  
BASED IN LONDON

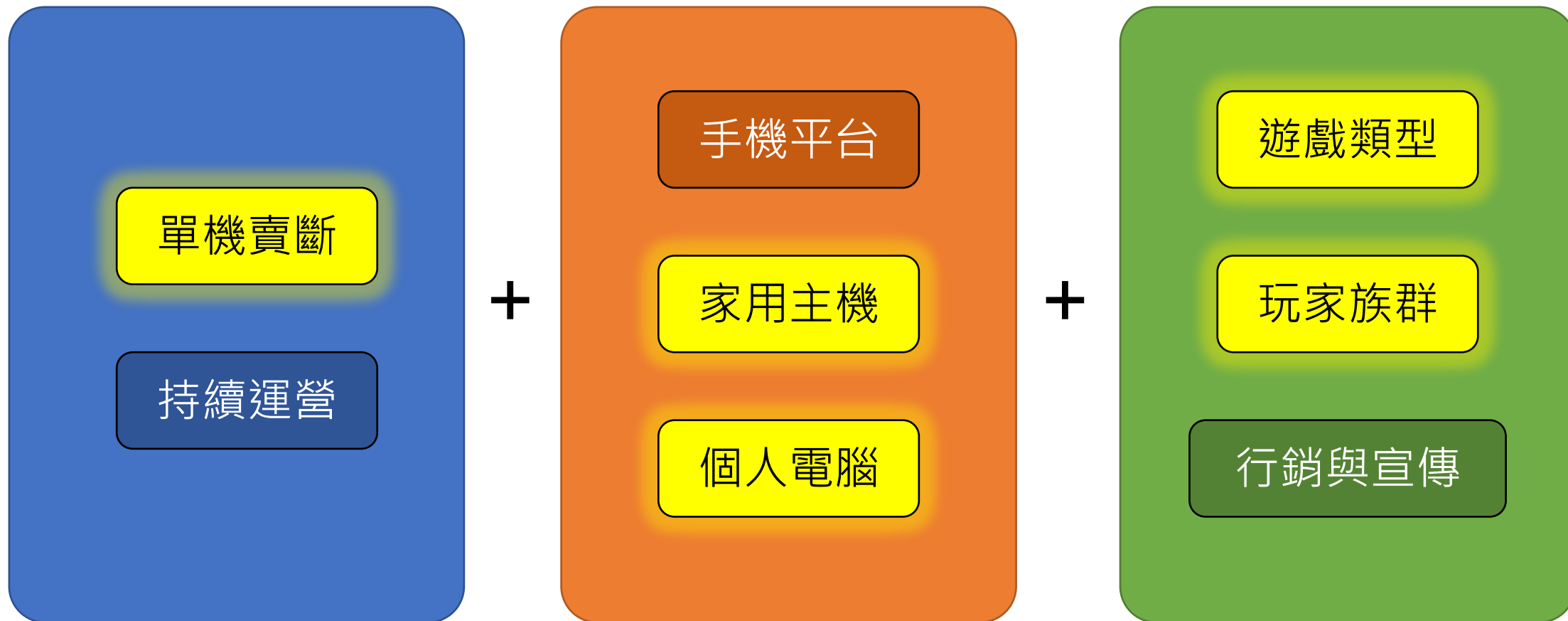
\* ACTUAL TEAM SIZE AND HOURS/WEEK VARIED ACROSS THE PROJECT LIFETIMES

# 獨立遊戲

只是能比較任性的遊戲  
不代表比較容易賺到錢  
或是成本比較低



# 獨立遊戲的商業模式



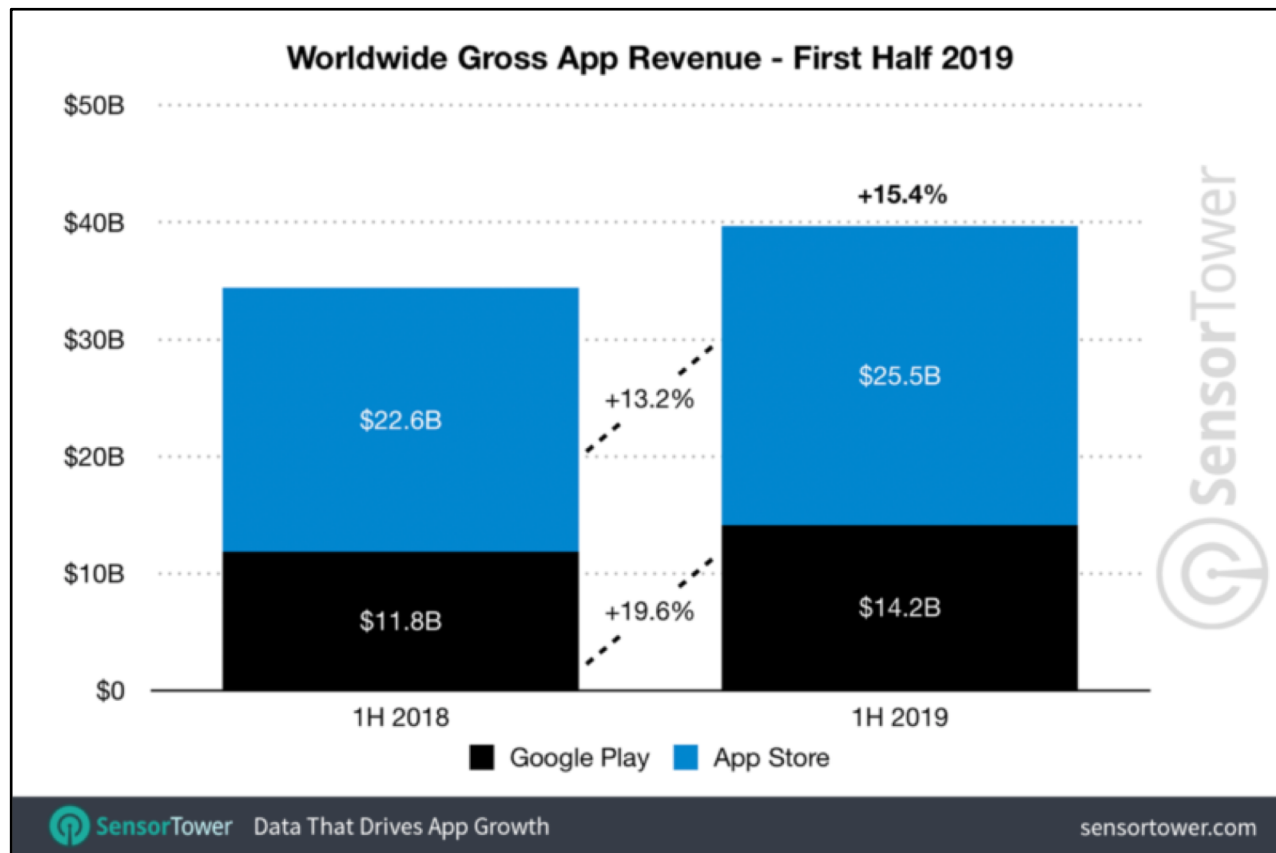
大眾或小眾？  
遊戲類型？  
社群與行銷？



# 全球遊戲產業發展現況

# 重點趨勢

- 遊戲產業總體營收增長迅速
- 3A逐漸式微
- 手機平台增長快速，PC平台緊追在後
- 手遊逐漸形成寡頭市場，行銷佔比暴增。廣告投放變成「必須」而非「選擇」。

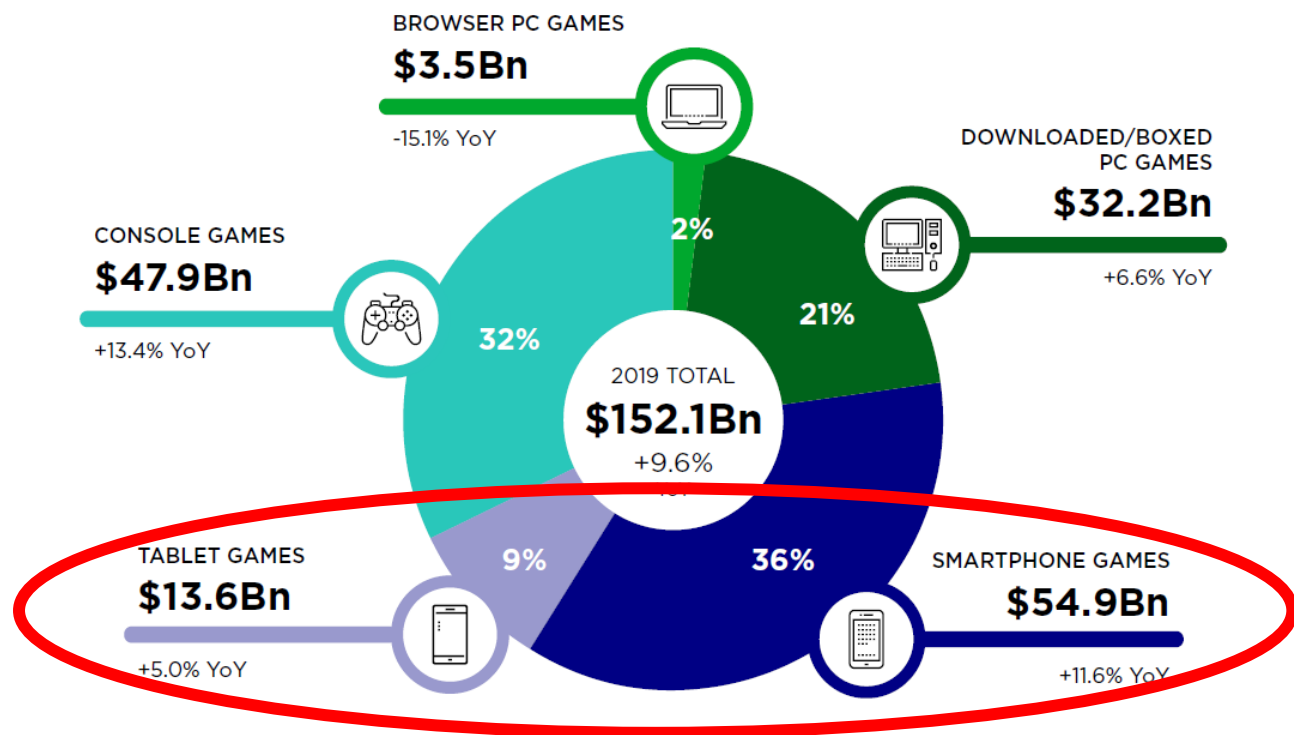


2019年全球行動裝置的遊戲營收為669億美元，今年預估可達772億美元，年成長率約為13.3%。

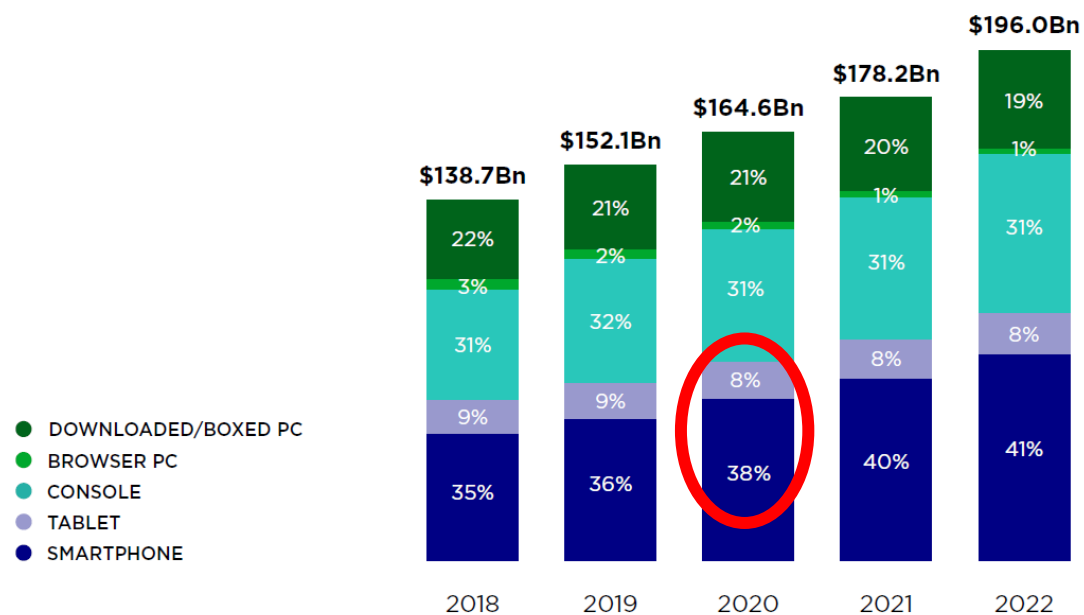
PC遊戲去年全球營收352億美元，今年預估369億美元，年成長率4.8%。

# • 荷蘭市場研究組織Newzoo的分析報告

2019 GLOBAL GAMES MARKET  
PER SEGMENT

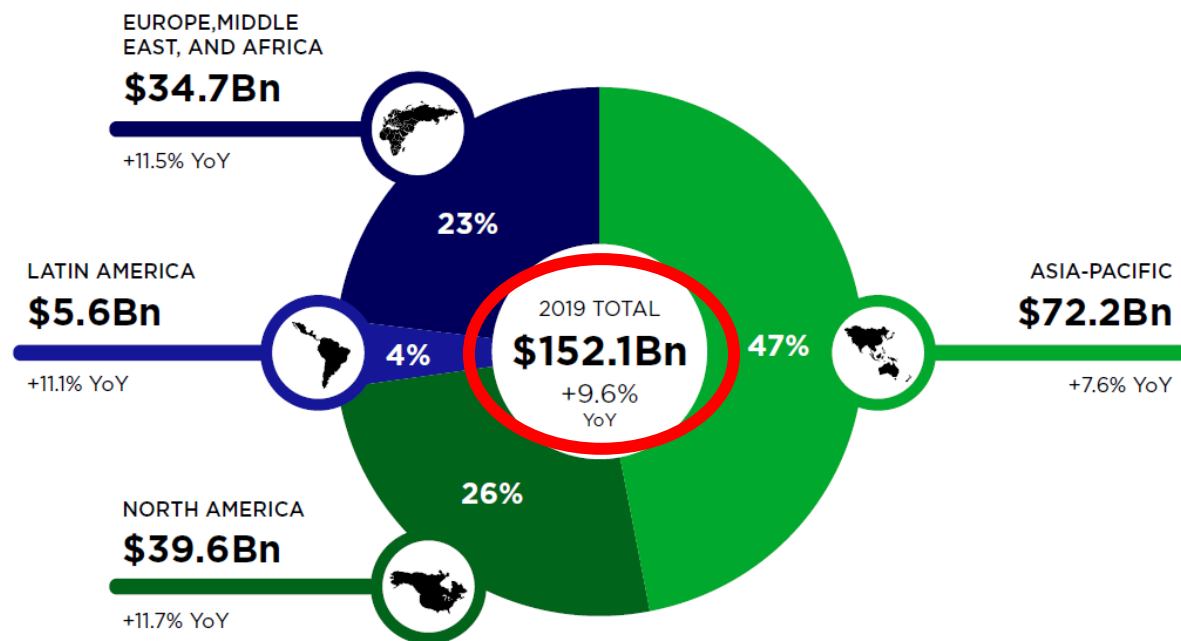


SEGMENT BREAKDOWN  
OF GLOBAL GAME REVENUES  
TOWARD 2022

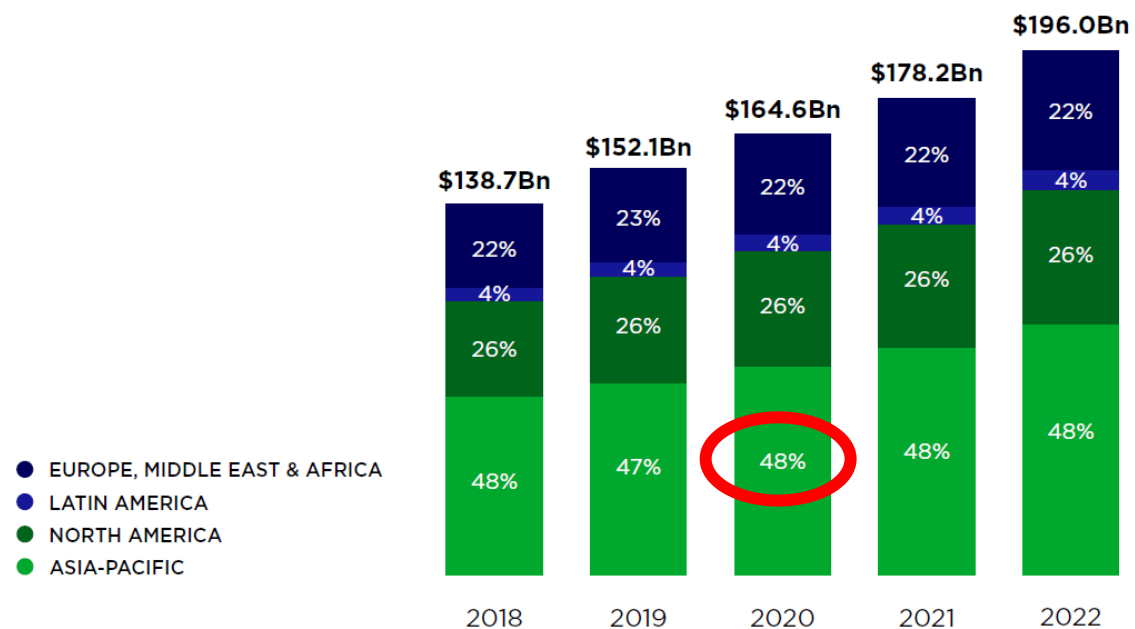


# • 荷蘭市場研究組織Newzoo的分析報告











## 2019 GLOBAL GAMES MARKET PER REGION



## REGIONAL BREAKDOWN OF GLOBAL GAME REVENUES TOWARD 2022



- 荷蘭市場研究組織Newzoo的分析報告

	Country	Region	Population	Internet Pop.	Revenues (USD)
1.	 China	Asia	1,420.1M	900.6M	\$36,540M
2.	 United States of America	North America	329.1M	273.7M	\$35,510M
3.	 Japan	Asia	126.9M	121.2M	\$18,683M
4.	 Republic of Korea	Asia	51.3M	48.9M	\$6,194M
5.	 Germany	Western Europe	82.4M	76.8M	\$5,721M
6.	 United Kingdom	Western Europe	67.0M	64.7M	\$5,348M
7.	 France	Western Europe	65.5M	59.1M	\$3,875M
8.	 Canada	North America	37.3M	34.8M	\$2,900M
9.	 Spain	Western Europe	46.4M	40.2M	\$2,583M
10.	 Italy	Western Europe	59.2M	42.0M	\$2,547M

2018 手機市場營收



# 全球手機市場差異

以手機遊戲為例：

- 中國

渠道為王，安卓為主

- 北美

休閒，輕度，RPG

- 日本，韓國

二次元養成，很肝的遊戲

- 台灣

神仙打架，很肝的遊戲

- 澳洲

縮小版的台灣市場

- 南美，印太，東南亞

明日之星，開發階段，安卓為主



**想進遊戲業嗎？**



# 入行血淚忠告

1. 獨立遊戲，不要只做台灣市場。
2. 台灣軟實力很強，要善用優勢。
3. 留意「博弈陷阱」。
4. 關於台灣的本土公司（？
5. 平均薪資低，工時長。
6. 保留你的「退路」。

# Q&A 時間



水之方舟  
Mizu-Ark

